

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Negara Kesatuan Republik Indonesia adalah Negara yang menjunjung tinggi hak dan kewajiban setiap orang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945, oleh karena itu menempatkan perpajakan sebagai salah satu perwujudan kewajiban kenegaraan bagi para warganya yang merupakan sarana peran serta dalam pembiayaan negara dan pembangunan nasional.

Pembangunan Nasional bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur dengan melalui peningkatan taraf hidup, kecerdasan dan kesejahteraan seluruh rakyat. Dalam rangka mewujudkan tujuan dari Pembangunan Nasional, maka pelaksanaan pembangunan harus merata diseluruh Tanah Air dan ini tidak terlepas dari adanya pembangunan daerah. Untuk dapat merealisasikan tujuan tersebut, maka negara harus menggali sumber dana dari dalam negeri berupa pajak.

Pajak adalah salah satu komponen yang sangat penting dalam pemberian kontribusi yang cukup besar untuk kelangsungan Pemerintah dan Pembangunan Nasional di Indonesia. Pajak memiliki peran yang sangat berarti dalam menunjang serta meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia khususnya, mengingat cukup penting dan besarnya peran pajak maka penerimaan dalam bidang pajak perlu ditingkatkan, dengan adanya intensifikasi pajak daerah, diharapkan realisasi pajak daerah dapat

meningkat yang selanjutnya dapat memenuhi kebutuhan keuangan yang dipergunakan untuk membiayai kegiatan Pemerintah Daerah.

Pajak Daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh daerah kepada orang pribadi atau badan tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah (Siahaan 2005:10). Pajak daerah memiliki beberapa jenis yang salah satunya adalah pajak reklame.

Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Dan pengertian Reklame sendiri adalah benda, alat – alat, atau media yang bentuk dan coraknya beragam yang dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan dan memujikan barang, jasa atau orang ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dilihat, dibaca dan / atau didengar dari suatu tempat oleh umum.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Surabaya No. 10 tahun 2009 tentang Pajak Reklame, penyelenggaraan reklame meliputi : Reklame Megatron, Reklame Papan / Billboard, Reklame Berjalan, Reklame Baliho, Reklame Kain, Reklame Selebaran, Reklame Melekat / Sticker, Reklame Film / Slide, Reklame Udara, Reklame Suara, Reklame Peragaan, Reklame Sign Net, Reklame Permanen, Reklame Terbatas, dan Reklame Insidentil.

Adapun yang dikecualikan dalam pengenaan pajak reklame yaitu penyelenggaraan reklame melalui televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan yang sejenisnya.

Tujuan pemasangan reklame adalah untuk mengiklankan atau mempromosikan produk berupa barang, jasa, atau program agar dapat diketahui dan diakses dengan mudah oleh publik, serta dapat memudahkan masyarakat untuk membeli atau menggunakan barang, jasa dan program yang ditawarkan.

Dalam pemasangan reklame juga dibutuhkan tempat – tempat yang sekiranya strategis, namun juga tidak bisa memasang reklame di sembarang tempat. Ada tempat – tempat yang dilarang untuk memasang reklame, seperti di jalur – jalur atau jalan – jalan utama. Ada tempat – tempat yang diperkenankan adanya memasang reklame, seperti di terminal, stasiun, halte, kantor pos, jembatan penyebrangan orang dan lain sebagainya.

Menurut Peraturan Walikota Surabaya No. 15 Tahun 2015 Tentang Tata Cara Pembayaran Dan Penyetoran Pajak Daerah, Jenis pajak reklame dalam sistem pembayarannya yaitu menganut sistem penetapan atau yang biasa disebut Official Assessment System.

Secara umum, kesulitan yang dialami selama ini adalah upaya untuk memasyarakatkan ketentuan pajak itu sendiri. Seringkali terjadi pelanggaran terhadap pelaksanaan pajak yang diakibatkan oleh ketidaktahuan masyarakat atau wajib pajak atas aturan perpajakan yang

sedang berlaku. Oleh sebab itu, pengetahuan akan pajak harus dimiliki oleh setiap wajib pajak. Penguasaan terhadap pengaturan perpajakan bagi wajib pajak tentu akan meningkatkan kepatuhan kewajiban perpajakan. Wajib pajak akan berusaha menjalankan kewajibannya agar terhindar dari sanksi - sanksi yang berlaku dalam ketentuan umum peraturan perpajakan. Untuk itu, wajib pajak dituntut untuk lebih taat dan patuh dalam pengelolaan penghitungan dan pelaporan perpajakannya kepada Pemerintah Kota Surabaya. Dengan sistem pembayaran yang dianutnya, Pajak Reklame menganut sistem penetapan, dan bagaimana pun juga wajib pajak perlu diberikan pengetahuan tentang penghitungan dan pelaporan pajak reklame agar dapat memperkirakan atas penghitungan dan pelaporan yang telah dilakukan oleh pemerintah.

Salah satu dampak dari adanya perkembangan perekonomian tersebut adalah dengan dijadikannya Kota Surabaya sebagai salah satu sasaran tempat untuk menjual atau mempromosikan barang dan jasa yang dilakukan oleh pengusaha. Banyak cara yang dilakukan oleh pengusaha untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat, salah satu diantaranya adalah dengan memasang reklame di jalan-jalan besar dan tempat strategis di sekitar Kota Surabaya. Dengan adanya pemasangan reklame, pengusaha diwajibkan untuk membayar Pajak Reklame. Namun tidak sedikit kemungkinan adanya masyarakat atau para pengusaha yang belum tahu bagaimana proses penghitungan, pelaporan pembayaran pajak reklame dan Undang-Undang yang mengatur tentang Pajak Reklame yang berlaku saat

ini. Maka, berdasarkan latar belakang permasalahan diatas penulis bermaksud untuk menggali ilmu lebih dalam lagi tentang pajak reklame yang hasilnya akan dituangkan dalam bentuk tugas akhir yang berjudul: **“Mekanisme Perhitungan Pajak Reklame Dan Pelaporannya Pada PT. Multi Artistikacithra Terhadap Pendapatan Pemerintah Kota Surabaya”**.

## **1.2 Tujuan Studi Lapang**

Adapun tujuan studi lapang adalah Untuk observasi penerapan mekanisme perhitungan pajak reklame dan pelaporannya pada PT. Multi Artistikacithra Terhadap Pendapatan Pemerintah Kota Surabaya.

## **1.3 Manfaat Studi Lapang**

Hasil Studi Lapang ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### **1. Bagi Instansi Terkait**

Dalam studi lapang ini diharapkan dapat menambah sedikit masukan yang sifatnya mengarah pada perbaikan, dan dapat dijadikan sebagai informasi bagi pihak-pihak yang terkait.

## 2. Bagi Penulis

Agar dapat lebih meningkatkan kualitas ilmu pengetahuan, keterampilan, pemahaman, serta kinerja praktek mahasiswa dalam mengetahui tata cara perhitungan pajak reklame dan pelaporannya pada PT. Multi Artistikacithra secara benar dan tepat,

## 3. Bagi Pembaca

Digunakan sebagai motivasi dan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan secara umum tentang pajak reklame.

### **1.4 Ruang Lingkup Studi Lapang**

Ruang lingkup adalah batasan yang dapat memudahkan penulis dalam melakukan studi lapang agar lebih efektif dan efisien. Ruang lingkup studi lapang ini penulis ingin membatasi hanya pada Mekanisme perhitungan pajak reklame dan pelaporannya pada PT. Multi Artistikacithra Terhadap Pendapatan Pemerintah Kota Surabaya.

### **1.5 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Observasi**

Observasi yaitu teknik pengumpulan dan mencari data dengan melakukan pengamatan langsung untuk melakukan peninjauan dengan mengamati dan membantu mengerjakan tugas yang diberikan oleh pihak Instansi yang berhubungan dengan Pajak Reklame dan pengamatan dilakukan pada PT. Multi Artistikacithra Surabaya.

## **2. Wawancara**

Wawancara adalah pengumpulan data yang dilakukan melalui tanya jawab secara langsung dengan Kepala Departemen Keuangan yaitu Ibu Dien Izzati Sabrina, yang berkaitan dengan penghitungan dan pelaporan Pajak Reklame di Kota Surabaya.

## **3. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengambil dokumen yang diperlukan dalam laporan tugas akhir. Dokumen tersebut antara lain berupa Peraturan Walikota Surabaya, Peraturan Daerah tentang Pajak Reklame Kota Surabaya dan Objek Reklame serta Perhitungan Pajak Reklame.